

МІЖРЕГІОНАЛЬНА
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



МАУП

НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА
дисципліни
“АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
МЕНЕДЖМЕНТУ
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ”

(для спеціалістів, магістрів)

МАУП

Київ 2005

Підготовлено кандидатом економічних наук *Л. С. Кобиляцьким*

Затверджено на засіданні кафедри менеджменту ЗЕД
(протокол № 1 від 20.09.02)

Перезатверджено на засіданні кафедри менеджменту ЗЕД
(протокол № 1 від 31.08.05)

Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом

Кобиляцький Л. С. Навчальна програма дисципліни “Актуальні проблеми менеджменту зовнішньоекономічної діяльності” (для спеціалістів, магістрів). — К.: МАУП, 2005. — 18 с.

Навчальна програма містить пояснювальну записку, навчально-тематичний план, програмний матеріал до вивчення дисципліни “Актуальні проблеми менеджменту зовнішньоекономічної діяльності”, питання для самоконтролю студентів, методичні вказівки до виконання контрольної роботи, теми контрольних робіт, а також список рекомендованої літератури.

© Міжрегіональна Академія
управління персоналом (МАУП),
2005

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

У сучасних умовах вирішальним фактором ефективної діяльності підприємств на світових ринках є досягнення ними усталеної міжнародної конкурентоспроможності їх продукції. У широкому розумінні це позиції товаровиробника на внутрішньому і зовнішньому ринках, його здатність протистояти міжнародній конкуренції на власному ринку і на ринках “третіх” країн.

Згідно з сучасними теоретичними концепціями і світогосподарською практикою міжнародна конкурентоспроможність продукції формує конкурентоздатність національних економік. Нині для досягнення економічного успіху необхідно орієнтуватись на критерії глобальної конкурентоспроможності.

Мета вивчення дисципліни “Актуальні проблеми менеджменту зовнішньоекономічної діяльності” — здобути знання комплексу теоретичних і прикладних питань щодо управління зовнішньоекономічною діяльністю українських підприємств на світових ринках, набути вмінь оцінювати позицію підприємств на світовому ринку і розвивати конкурентні переваги у будь-якому його сегменті.

У результаті вивчення дисципліни студенти повинні бути компетентними:

- у розумінні ключових проблем міжнародної конкуренції товарів (послуг), підприємств, галузей національної економіки;
- у визначенні й оцінці показників і факторів міжнародної конкурентоздатності різних типів підприємств;
- у виявленні і селекції різних типів міжнародних стратегій поведінки на зовнішніх ринках, оцінці їх ефективності;
- в аналізі форм і методів конкуренції у трансформаційний період, виборі оптимальних стратегій українських підприємств (організацій) на зарубіжних ринках;
- щодо реалій і перспектив економічного глобалізму, розуміння специфіки глобальних стратегій корпорацій та глобальної конкурентоспроможності загалом.

Для фіксації знань, умінь і навичок необхідним є вивчення та узагальнення досвіду реалізації конкурентних стратегій провідних зарубіжних і вітчизняних підприємств і організацій.

НАВЧАЛЬНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН
вивчення дисципліни

“АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ”

№ п/п	Назва теми
1	Вступ до дисципліни “Актуальні проблеми менеджменту зовнішньоекономічної діяльності”
2	Вплив глобалізаційних процесів на розвиток ЗЕД
3	Аналіз концепцій розвитку зовнішньоекономічної діяльності та проблеми інтеграції України у світову економіку
4	Визначення експортного потенціалу як економічної категорії
5	Стратегії міжнародної конкурентоспроможності
6	Загальна оцінка конкурентоспроможності і привабливих ринків
7	Формування експортної програми підприємства
8	Управління міжнародною конкурентоспроможністю
9	Реалізація експортних стратегій на підставі маркетингових технологій

ПРОГРАМНИЙ МАТЕРІАЛ
до вивчення дисципліни

“АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ”

Тема 1. Вступ до дисципліни “Актуальні проблеми менеджменту зовнішньоекономічної діяльності”

Роль конкуренції в ринковій економіці. Міжнародна конкуренція і конкурентоспроможність. Міжнародний ринок і ринкові ніші. Підприємство і його місце на міжнародному ринку. Підприємство і конкурентоспроможність галузі та національної економіки.

Сучасний стан експорту продукції та послуг. Структура експорту. Аналіз географії експорту. Проблеми експорту продукції. Причини скорочення експорту. Аналіз факторів, що стримують обсяги українського експорту. Участь українських товаровиробників у тендерах.

Розвиток експортного потенціалу України. Проблеми забезпечення конкурентоздатності підприємств на зовнішніх ринках. Конкурентні переваги України: аналіз і перспективи. Можливі шляхи розширення експорту продукції.

Література [1–4; 7; 10; 15]

Тема 2. Вплив глобалізаційних процесів на розвиток ЗЕД

Глобалізаційні процеси у світі. “Відкриття” національних економік. Лібералізація ЗЕД. Міжнародний рух капіталів та інвестицій. Поняття інвестиційного клімату та інвестиційної ситуації. Стимулювання та захист іноземних інвестицій. Інвестиційні інститути.

Антидемпінгові засоби. Критерії демпінгу. Ставка антидемпінгового мита.

Тарифні і нетарифні обмеження ЗЕД. Адміністративне регламентування. Фінансові засоби. Технічні норми та стандарти. Митно-тарифне регулювання. Митні тарифи. Мито. Квотування. Ліцензування ЗЕД: генеральна ліцензія, індивідуальна ліцензія, відкрита індивідуальна ліцензія, автоматична ліцензія, неавтоматична ліцензія поставок.

Функції митного тарифу. Види митних тарифів. Імпортні тарифи. Експортні тарифи. Прості тарифи. Складні тарифи. Конвенційна ставка. Автономна ставка. Будова митних тарифів. Тарифна квота. Митне регулювання. Спеціальне імпортне мито. Компенсаційні імпортні збори.

Преференції та заохочення експортерів. Валютно-кредитні засоби. Валютні обмеження. Девальвація. Ревальвація. Валютний паритет. Валютна інтервенція. Конвертованість валюти. Стимулювання експорту. Державний протекціонізм у галузі експорту. Страхування. Кредитування. Організаційна урядова підтримка. Державне субсидування. Довготермінові капітальні вкладення.

Література [4; 12; 27; 32; 38; 39]

Тема 3. Аналіз концепцій розвитку зовнішньоекономічної діяльності та проблеми інтеграції України у світову економіку

Міжнародні органи та організації (інститути), що регулюють ЗЕД. Економічні органи ООН. Регіональні економічні комісії. Спеціалізовані установи ООН. Регулювання зовнішньої торгівлі у рамках ГАТТ, СОТ. Регіональні економічні союзи (“загальні ринки”).

Питання вступу України до СОТ. Правова гармонізація національного законодавства у сфері ЗЕД. Теоретичне підґрунтя зовнішньоекономічної діяльності. Сучасні концепції ЗЕД. Кейнсіанство та монетаризм. Теорема співвідношення факторів виробництва.

Організація світової торгівлі сировинною продукцією. Місце торгівлі сировиною у міжнародній торгівлі. Основні сировинні товари. Форми міжнародної торгівлі: сировиною та сировинною продукцією; про-

дуктами інтелектуальної діяльності; готовою продукцією; технічними послугами. Міжнародні товарні угоди. Міжнародна біржова торгівля. Міжнародні товарні біржі. Міжнародна торговельна палата. Міжнародна організація по стандартах. Європейська економічна комісія ООН.

Торгівля готовою продукцією та комплектним обладнанням. Проектно-пошукові роботи. Супутні ліцензії. Прямі переговори. Тендери. Міжнародні торги. Підготовка технічної пропозиції. Тендерна документація. Тендерний комітет, його функції. Оренда як форма реалізації готової продукції на міжнародному ринку. Лізинг як основний вид довгострокової оренди. Форми та суб'єкти лізингових операцій.

Міжнародна зустрічна торгівля. Бартер. Контрзакупки. Компенсаційні угоди. Операції з давальницькою сировиною.

Торгівля інтелектуальною власністю та послугами. Інжиніринг. Інженерно-консультаційні послуги. Торгівля ліцензіями та ноу-хау.

Література [3; 4; 6–8; 14; 38; 39; 52]

Тема 4. Визначення експортного потенціалу як економічної категорії

Експортний потенціал як економічна категорія. Експортний потенціал підприємства. Експортний потенціал галузі. Експортний потенціал окремого регіону. Експортний потенціал держави .

Ступені використання експортного потенціалу. Абсолютний і цільовий експортний потенціал. Форми матеріалізації експортного потенціалу (матеріальна і вартісна).

Визначення експортних можливостей підприємства. Поняття “конкурентна перевага”. Визначення конкурентних переваг продукції й послуг. Зміст і взаємозалежність понять “конкурентоздатність” і “конкурентоспроможність”. Рівні конкурентоздатності.

Зміст експортних операцій. Основні проблеми при здійсненні експортних операцій. Прямий метод здійснення експортних операцій. Непрямий метод здійснення експортних операцій. Підготовка експортних контрактів. Специфіка інвестиційних контрактів “під ключ”.

Література [4; 11; 26; 31; 37; 38; 42]

Тема 5. Стратегії міжнародної конкурентоспроможності

Поле міжнародних конкурентних стратегій. Типізація стратегій міжнародної конкурентоспроможності. Конкурентні стратегії у сфері масового виробництва. Конкурентні переваги вузької спеціалізації. Кон-

курентні інноваційні стратегії. Конкурентні стратегії у сфері малого бізнесу. Методики розробки й оцінки ефективності стратегій міжнародної конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність в умовах глобалізації. Сутність і форми економічного глобалізму. Глобальна конкуренція. Особливості глобалізації товарних, фінансових та інвестиційних ринків. Глобальні стратегії корпорацій.

Література [3; 4; 6; 7; 14; 37–39; 51]

Тема 6. Загальна оцінка конкурентоспроможності і привабливих ринків

Загальна схема оцінки конкурентоспроможності. Визначення конкурентних переваг і складових експортного потенціалу. Технологічний і управлінсько-маркетинговий потенціали підприємства. Складові технічного потенціалу. Складові управлінсько-маркетингового потенціалу.

Міжнародна конкурентоздатність підприємства. Міжнародне конкурентне середовище підприємства (організації). Оцінка рівня та інтенсивності конкуренції на світових ринках. Конкурентоспроможність товару (послуги) і фірми. Визначення споживчої цінності товару (послуги). Показники і чинники міжнародної конкурентоспроможності підприємства (організації). Основні напрямки і програми підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

Визначення привабливих ринків і оцінка потенційних експортних можливостей підприємства. Оцінка експортного потенціалу з урахуванням регіональних напрямів його максимізації. Місткість ринку країни-імпортера. Показники оцінки ємності ринків.

Дослідження і визначення конкурентоспроможності та пріоритетних ринків збуту. Підходи до оцінки конкурентоспроможності та визначення пріоритетних ринків.

Визначення конкурентних переваг. Оцінка конкурентоздатності. Матричний метод “Бостонської консалтингової групи”: чинники конкурентних переваг і недоліків. Метод оцінки товару/послуг підприємства. Метод теорії ефективної конкуренції та його оцінні показники.

Література [4; 14; 16; 37–39; 51]

Тема 7. Формування експортної програми підприємства

Встановлення можливих напрямків експорту: ретроспективний аналіз експорту підприємств, визначення основних імпортерів інвестиційної

продукції у світі і розрахунок місткості і насиченості ними ринку, аналіз динаміки розвитку ринків збуту, аналіз загальних світових тенденцій розвитку галузей-споживачів, визначення і ранжування факторів, що впливають на умови діяльності в конкретних країнах (визначення найбільш надійних ринків, розробка стратегії зменшення ступеня ризику), розробка стратегії і експортної програми. Джерела інформації для оцінки перспектив розвитку експорту.

Технологія визначення пріоритетних ринків. Визначення ролі зовнішньоторговельної діяльності в загальній стратегії підприємства. Визначення можливого асортименту продукції на підставі коефіцієнта конкурентоспроможності. Визначення експортотенційних товарів. Класифікація зарубіжних ринків споживачів продукції й послуг. Схема розробки комплексу організаційно-економічних заходів щодо інтенсифікації експорту.

Література [4; 6; 12; 15; 17; 21; 37–39; 51; 52]

Тема 8. Управління міжнародною конкурентоспроможністю

Вибір конкурентної стратегії. Визначення конкурентного середовища. Маркетингові дослідження умов конкуренції: визначення існуючих і потенційних конкурентів, маркетинговий аналіз умов конкуренції у галузі, аналіз показників діяльності конкурентів, аналіз конкурентних стратегій на ринку, виявлення переваг і недоліків у діяльності конкурентів. Фактори конкурентоздатності підприємства на зовнішньому ринку М. Портера.

Формування стратегії виходу підприємства на зовнішні ринки. Розробка стратегії поведінки на зовнішньому ринку: аналіз виробничого середовища, конкурентний аналіз, аналіз технологічного середовища, аналіз слабких і сильних сторін, аналіз альтернатив стратегії зовнішньоекономічної діяльності, стратегічний контроль.

Література [4; 12; 15; 17; 21; 28; 33; 38; 39; 51; 52]

Тема 9. Реалізація експортних стратегій на підставі маркетингових технологій

Базові конкурентні стратегії: лідерство у мінімізації витрат виробництва, спеціалізація у виробництві продукції, фіксація визначеного сегмента ринку.

Механізми використання експортних стратегій на ринку. Управлінсько-маркетингові технології підвищення експортного потенціалу. Кон-

цепція “маркетингу взаємовідносин”. Організаційно-правове забезпечення конкурентоспроможності продукції підприємств.

Модифікація форм і методів конкуренції у трансформаційний період. Стратегії українських підприємств на зарубіжних ринках. Проблема транснаціоналізації української економіки. Формування внутрішніх і зовнішніх умов міжнародної конкурентоспроможності українських підприємств (організацій). Міжнародні перспективи реалізації національних конкурентних переваг.

Державна підтримка експорту. Проблеми забезпечення конкурентоздатності підприємств на зовнішніх ринках. Система протекціоністських бар'єрів. Тарифні та нетарифні бар'єри. Закордонний досвід державної підтримки експорту. Проблеми зовнішньоекономічного законодавства України (валютне, митне, податкове). Проблеми державної підтримки експорту продукції та послуг.

Література [4; 12; 17; 21; 28; 33; 34; 38; 39; 51; 52]

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ СТУДЕНТІВ

1. Предмет і завдання курсу “Актуальні проблеми менеджменту зовнішньоекономічної діяльності”.
2. Конкурентні переваги підприємств України: аналіз і перспективи.
3. Вибір конкурентної стратегії підприємства.
4. Маркетингові дослідження умов конкуренції.
5. Фактори конкурентоздатності підприємства на зовнішньому ринку.
6. Формування і розробка стратегії діяльності на зовнішніх ринках.
7. Маркетингові технології реалізації експортних стратегій.
8. Характеристика базових конкурентних стратегій.
9. Механізми використання експортних стратегій на ринку.
10. Управлінсько-маркетингові технології підвищення експортного потенціалу.
11. Концепція “маркетингу взаємовідносин”.
12. Організаційно-правове забезпечення конкурентоспроможності продукції.
13. Проблеми забезпечення конкурентоздатності підприємств на зовнішніх ринках.
14. Вплив інтеграційних процесів на менеджмент ЗЕД.
15. Сутність менеджменту зовнішньоекономічної діяльності.
16. Особливості менеджменту ЗЕД.

17. Функціональний та предметний аспекти в менеджменті ЗЕД та їх взаємозв'язок.
18. Концепції ЗЕД та їх практичне значення.
19. Принципи ЗЕД та їх класифікація (загальні та специфічні, національні).
20. Менеджмент у розвитку ЗЕД України.
21. Суб'єкти ЗЕД в Україні. Основні види ЗЕД.
22. Сучасні концепції системного менеджменту у міжнародному бізнесі.
23. Основні фактори управління зовнішньоекономічною діяльністю.
24. Сутність системного підходу до менеджменту ЗЕД. Ефект синергізму.
25. Вимоги застосування системного підходу до менеджменту ЗЕД.
26. Специфіка маркетингового наукового підходу до менеджменту ЗЕД.
27. Сучасні наукові підходи до менеджменту ЗЕД.
28. Вплив глобалізаційних процесів на менеджмент ЗЕД.
29. Особливості формування експортної програми біржової продукції.
30. Проблеми інтеграції України у світову економіку.
31. Особливості формування експортної програми адресної продукції.
32. Концепція експортних можливостей у сучасних поглядах на управління міжнародним бізнесом.
33. Концепція імпорتنих можливостей у сучасних поглядах на управління міжнародним бізнесом.
34. Місце ресурсного підходу у сучасних поглядах на управління міжнародним бізнесом.
35. Класичні концепції міжнародної торгівлі як підгрунття для розвитку менеджменту ЗЕД.
36. Міжнародний менеджмент як складова менеджменту ЗЕД.
37. Проблеми взаємодії вітчизняних фірм та міжнародних ТНК.
38. Міжнародний бізнес та ТНК.
39. Функції менеджменту та планування у міжнародних корпораціях.
40. Управлінські рішення та їх прийняття у ТНК.
41. Організаційна структура міжнародних корпорацій.
42. Управління персоналом у міжнародних компаніях.
43. Корпоративна культура у міжнародних компаніях та її значення.
44. Комунікації та контроль у міжнародних компаніях.
45. Стратегічний профіль зовнішньоекономічної діяльності.
46. Етапи розробки стратегії зовнішньоекономічної діяльності фірми.
47. Стратегія організації експорту.

48. Прямий та непрямий продаж в організації експортної діяльності.
49. Стратегія організації імпорту.
50. Глобальні стратегії в організації ЗЕД, їх особливості.
51. Стратегічний підхід до організації ЗЕД.
52. Особливості менеджменту ЗЕД у галузі персоналу.
53. Підготовка кадрів для зовнішньоекономічної діяльності.
54. Сутність фінансового менеджменту ЗЕД.
55. Міжнародні валютні ринки.
56. Менеджмент валютних ризиків у ЗЕД.
57. Еволюція поглядів на менеджмент зовнішньоекономічної діяльності.
58. Монетаризм і кейнсіанство у сучасній теорії менеджменту ЗЕД.
59. Охарактеризувати менеджмент ЗЕД України за роки незалежності.
60. Основні види зовнішньоекономічних стратегій (на прикладі України) та їх вплив на ефективність ЗЕД.
61. Основні стратегії виходу суб'єктів ЗЕД України на зовнішній ринок.
62. Принципи визначення експортного потенціалу підприємства.
63. Експортний потенціал як економічна категорія.
64. Загальна схема оцінки конкурентоспроможності.
65. Визначення конкурентних переваг і складових експортного потенціалу.
66. Технологічний і управлінсько-маркетинговий потенціали підприємства.
67. Оцінка експортного потенціалу з урахуванням регіональних напрямів його максимізації.
68. Принципи оцінки місткості ринку країни-імпортера.
69. Технологія визначення пріоритетних ринків збуту.
70. Визначення можливого асортименту продукції на підставі коефіцієнта конкурентоспроможності.
71. Визначення переліку експортотенційних товарів.
72. Класифікація зарубіжних ринків споживачів продукції й послуг.
73. Зміст і взаємозалежність понять “конкурентоздатність” і “конкурентоспроможність”.
74. Оцінка конкурентоздатності на підставі матричного методу.
75. Визначення конкурентоздатності на підставі методу оцінки товару/послуг підприємства.
76. Оцінка конкурентоздатності на підставі методу теорії ефективної конкуренції.
77. Підготовка тендерів і експортних контрактів.

78. Специфіка експорту інвестиційної продукції і контрактів “під ключ”.
79. Принципи визначення конкурентних переваг продукції й послуг.
80. Система протекціоністських бар’єрів як фактор підвищення конкурентоздатності.
81. Державна підтримка експорту: тарифні і нетарифні бар’єри.
82. Проблеми удосконалення зовнішньоекономічного законодавства України.
83. Проблеми забезпечення конкурентоздатності підприємств на зовнішніх ринках.
84. Закордонний досвід державної підтримки експорту.
85. Проблеми зовнішньоекономічного законодавства України (валютне, митне, податкове).
86. Проблеми державної підтримки експорту продукції та послуг.
87. Особливості конкурентних стратегій малих, середніх і великих фірм.
88. Етапи вибору глобальної стратегії конкуренції на зовнішньому ринку.
89. Цінова політика на зовнішньому ринку, цінові знижки та способи фіксації цін.

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИКОНАННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

Відповідно до навчального плану слухачі заочної форми навчання повинні виконати одну письмову контрольну роботу з дисципліни “Актуальні проблеми менеджменту зовнішньоекономічної діяльності”.

Контрольна робота містить одне теоретичне питання, яке студент вибирає за бажанням з наведеного далі переліку питань.

Виконання контрольної роботи є одним з завершальних етапів вивчення курсу для студентів заочної форми навчання і сприяє поглибленню та закріпленню теоретичних знань, здобутих студентами при самостійному вивченні дисципліни, набуттю навичок самостійної роботи з навчальним матеріалом.

Перед виконанням контрольної роботи студентів потрібно вивчити рекомендовану літературу, зібрати, проаналізувати та узагальнити практичний матеріал з вибраної теми контрольної роботи. Бажано використати нормативно-правові документи, що регулюють сферу зовнішньоекономічної діяльності, а також статті у періодичних виданнях, в яких розглядаються питання управління міжнародною конкурентоспроможні-

стю підприємства. Контрольна робота повинна показати вміння студента логічно, послідовно, стисло і точно висвітлювати питання, підбирати і використовувати для розгляду питання необхідний матеріал.

Механічне переписування тексту з монографій, навчальних посібників без глибокого, логічно-послідовного, критичного розгляду питання не зараховується як контрольна робота.

Контрольна робота повинна бути оформлена на стандартних аркушах, зброшурованих у папку, або в учнівському зошиті. Бажаним є комп'ютерний набір. Всі аркуші мають бути пронумеровані. Обсяг роботи — 20–25 сторінок, написаних розбірливим почерком, або 15–20 надрукованих.

На титульній сторінці необхідно вказати назву вищого навчального закладу, найменування дисципліни “Актуальні проблеми менеджменту зовнішньоекономічної діяльності”, номер групи, прізвище, ім'я та по батькові студента, домашню адресу та контактний телефон.

У контрольній роботі повинен бути план, якого слід дотримуватись.

У кінці контрольної роботи необхідно навести перелік використаних джерел, в алфавітному порядку із зазначенням прізвища автора, повної назви видання (монографії, посібника чи статті), міста, видавництва та року видання.

На останній сторінці повинен стояти підпис студента та дата написання роботи.

Контрольну роботу слід здати в деканат до початку наступної сесії.

ТЕМИ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ

1. Принципи визначення експортного потенціалу підприємства.
2. Експортний потенціал як економічна категорія.
3. Загальна схема оцінки конкурентоспроможності.
4. Визначення конкурентних переваг і складових експортного потенціалу.
5. Технологічний і управлінсько-маркетинговий потенціали підприємства.
6. Оцінка експортного потенціалу з урахуванням регіональних напрямів його максимізації.
7. Принципи оцінки місткості ринку країни-імпортера.
8. Технологія визначення пріоритетних ринків збуту.
9. Визначення можливого асортименту продукції на підставі коефіцієнта конкурентоспроможності.
10. Визначення переліку експортотенційних товарів.

11. Класифікація зарубіжних ринків споживачів продукції й послуг.
12. Зміст і взаємозалежність понять “конкурентоздатність” і “конкурентоспроможність”.
13. Оцінка конкурентоздатності на підставі матричного методу.
14. Визначення конкурентоздатності на підставі методу оцінки товару/послуг підприємства.
15. Оцінка конкурентоздатності на підставі методу теорії ефективної конкуренції.
16. Підготовка тендерів і експортних контрактів.
17. Специфіка експорту інвестиційної продукції.
18. Принципи визначення конкурентних переваг продукції й послуг.
19. Державна підтримка експорту: тарифні та нетарифні бар'єри.
20. Проблеми забезпечення конкурентоздатності підприємств на зовнішніх ринках.
21. Вибір конкурентної стратегії підприємства.
22. Формування і розробка стратегії діяльності на зовнішніх ринках.
23. Маркетингові технології реалізації експортних стратегій.
24. Характеристика базових конкурентних стратегій.
25. Механізми використання експортних стратегій на ринку.
26. Управлінсько-маркетингові технології підвищення експортного потенціалу.
27. Організаційно-правове забезпечення конкурентоспроможності продукції.
28. Закордонний досвід державної підтримки експорту.
29. Проблеми зовнішньоекономічного законодавства України.
30. Проблеми державної підтримки експорту продукції та послуг.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. *Азов Г. Л.* Конкуренція: аналіз, стратегія и практика. — М.: Центр економіки и права, 1996. — 208 с.
2. *Андреева О. Д.* Особенности цен мирового рынка. — М.: МИМБ, 1994. — 80 с.
3. *Базилук Я. Б.* Проблеми конкурентоспроможності національної економіки // Стратегічна панорама. — 1999. — № 3. — С. 71–82.
4. *Байрака В. М., Кобиляцький Л. С.* Експортний потенціал інвестиційного комплексу України: стан, проблеми, перспективи. — К.: УАЗТ, 2002. — 205 с.
5. *Бураковський І.* Теорія міжнародної торгівлі. — К.: Основи, 1996. — 241 с.

6. *Буренин А. Н.* Фьючерсные, форвардные, опционные рынки. — М., 1995. — 240 с.
7. *Баранчев В., Стрижков С.* Анализ и оценка маркетингового потенциала предприятия // *Маркетинг*. — 1996. — № 5. — С. 42–50.
8. *Вайсман А.* Стратегия маркетинга: 10 шагов к успеху. Стратегия менеджмента: 5 факторов успеха. — М.: Экономика, 1995. — 344 с.
9. *Вишняков Я. Д., Рыбкин С. А.* Учет враждебного рынка при осуществлении внешнеторговой деятельности // *Менеджмент в России и за рубежом*. — 1998. — № 6. — С. 68–81.
10. *Власюк В. Є.* Регулювання ЗЕД в аспекті розвитку пропозицій товаровиробників України. — Дніпропетровськ: Хвиля, 1999. — 137 с.
11. *Внешнеэкономическая* деятельность предприятия: Типовые контракты. — М.: ЮНИТИ, 1999. — 256 с.
12. *Внешнеэкономическая* деятельность предприятия / Под ред. Л. Е. Стровского. — М.: Закон и право; ЮНИТИ, 1996. — 408 с.
13. *Войчак А. В., Онищенко В. Ф.* Сущность современной концепции маркетинга. — К.: Знание, 1994. — 35 с.
14. *Гейк Пол, Джексон Пітер.* Вчись аналізувати ринок. Методика і практика. — Львів: Сейбр-Світло, 1995. — 270 с.
15. *Горний В. А.* Алгоритм аналізу експортної перспективності ринків. Зовнішня торгівля: проблеми та перспективи // *Зб. наук. пр.*: Вип. 2. — К.: УАЗТ, 1998. — С. 125—132.
16. *Дементьева А. Г.* Конкурентоспособность международных компаний. — М.: Библиотека финансового менеджера, 2001. — 30 с.
17. *Долинская М. Г.* Маркетинг и конкурентоспособность промышленной продукции. — М.: Изд-во стандартов, 1991. — 256 с.
18. *Дубовой В. С.* Конкуренция на рынке: проблемы и решения // *Маркетинг в России и за рубежом*. — 1998. — № 2. — С. 25–36.
19. *Ефферин В. П., Мотин В. В.* Оценка конкурентоспособности при маркетинговых исследованиях. — М.: Домодедово, 1993. — 93 с.
20. *Завьялов П.* Проблемы международной конкурентоспособности товаропроизводителей и пути их решения // *Маркетинг*. — 1996. — № 5. — С. 21–32.
21. *Казаков И.* Зарубежный рынок: силы и стратегия // *Маркетинг*. — 1998. — № 6. — С. 82–89.
22. *Кім М.* Український варіант селективного протекціонізму // *Політика і час*. — 1999. — № 5–6.

23. *Клейнер Г. Б., Тамбовцев В. Л., Качалов Р. М.* Предприятие в нестабильной экономической среде: риски, стратегии, безопасность. — М.: Экономика, 1997. — 228 с.
24. *Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В.* Основы маркетинга. — К.: Вильямс, 1998. — 1055 с.
25. *Маркетинг* во внешнеэкономической деятельности предприятий. — М.: Междунар. отношения, 2000. — 368 с.
26. *Маштабей В. Я.* Экспортный маркетинг. — К.: Хвиля-Прес, 1995. — 234 с.
27. Менеджмент внешнеэкономической деятельности / Под ред. д. э. н., проф. А. А. Кириченко. — К., 1998. — 464 с.
28. *Мисаков В. С.* Анализ конкурентоспособности фирмы. — М.: Финансы и статистика, 1998. — 224 с.
29. *Михайлов Д. М.* Внешнеторговый контракт. — М., 1997. — 183 с.
30. *Мищенко А.* Механизм расчета экономических связей на основе трансакционных издержек // Маркетинг. — 2000. — № 4(53). — С. 109–115.
31. *Нестерова Р. В., Барченко Н. М.* Развитие конкурентоспособности фирмы как результат эффективного использования потенциала // Маркетинг. — 2001. — № 1.
32. *Новицкий В. Е.* Внешнеэкономическая деятельность и международный маркетинг. — К.: Либра, 1994. — 190 с.
33. *Онищенко В. П.* Активніше шукати нові ринки // Діловий вісн. — 1994. — № 2. — С. 17–18.
34. *Онищенко В. П.* Лібералізація, але на фундаменті протекціонізму // Діловий вісн. — 1996. — № 2. — С. 17–20.
35. *Пахомов Ю. М., Лук'яненко Д. Г., Губський Б. В.* Національні економіки в глобальному конкурентному середовищі. — К.: Україна, 1997. — 237 с.
36. *Пешкова Е. П.* Маркетинговый анализ в деятельности фирмы. — М.: Ось-89, 1996. — 80 с.
37. *Портер М.* Международная конкуренция: Пер. с англ. — М.: Междунар. отношения, 1993. — 895 с.
38. *Портер М.* Стратегія конкуренції. — К.: Основи, 1997. — 390 с.
39. *Портер М. Е.* Стратегия конкуренции. — М.: Междунар. отношения, 1993. — 478 с.
40. *Принципы* маркетингового исследования конкуренции на рынке. — М.: Маркетинг. — 167 с.

41. *Светункова С. Г.* Информационное обеспечение управления конкурентоспособностью. — М.: Маркетинг, 2001. — 243 с.
42. *Соколенко С. И.* Современные мировые рынки и Украина. — К.: Демос, 1995. — 350 с.
43. *Стратегия и тактика антикризисного управления фирмой.* — СПб.: Спецлит., 1996. — 510 с.
44. *Таможенно-тарифное* регулирование внешнеэкономической деятельности в Украине. — К., 1996. — 336 с.
45. *Третьяк О.* Новый этап эволюции маркетинговой концепции управления // Рос. экон. журн. — 1997. — № 10. — С. 74–84.
46. *Уотермен Р.* Фактор обновления: как сохраняют конкурентоспособность лучшие компании. — М.: Междунар. отношения, 1998.
47. *Фолсом Р. Х.* Міжнародні торгові угоди. — Харків, 1997. — 398 с.
48. *Фишер Т. М.* Координация управления качеством в свете теории транзакционных издержек // Проблемы теории и практики управления. — 1999. — № 3. — С. 62–67.
49. *Шерер Ф. М., Росс Д.* Структура отраслевых рынков: Пер. с англ. — М.: ИНФРА-М, 1998. — 497 с.
50. *Шишлова Т. А.* Роль транзакционных издержек в международном маркетинге // Маркетинг. — 2001. — № 1.
51. *Юданов А. Ю.* Конкуренция: теория и практика. — М.: Тандем, 1996. — 272 с.
52. *Юлдашева О.* Маркетинг взаимодействия: философия и методология межфирменных коммуникаций // Маркетинг. — 1999. — № 3. — С. 32–39.

ЗМІСТ

Пояснювальна записка	3
Навчально-тематичний план вивчення дисципліни “Актуальні проблеми менеджменту зовнішньоекономічної діяльності” ⁴	
Програмний матеріал до вивчення дисципліни “Актуальні проблеми менеджменту зовнішньоекономічної діяльності” ⁴	
Питання для самоконтролю студентів	9
Методичні вказівки до виконання контрольної роботи.....	12
Теми контрольних робіт.....	13
Список рекомендованої літератури.....	14

Відповідальний за випуск
Редактор
Комп’ютерна верстка

Н. В. Медведєва
С. Г. Рогузко
Т. Г. Замура

МАУП

Зам. № ВКЦ-1377

Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП)
03039 Київ-39, вул. Фрометівська, 2, МАУП